

## R3地域協働研究（ステージⅠ）

### R03-I-16 「岩手県沿岸地域の建設産業における若年労働力確保のための施策に関する研究」

課題提案者 岩手県沿岸広域振興局土木部

研究代表者 社会福祉学部 柴田徹平

研究チーム員 杭田俊之（岩手大学）、千葉信英・遠藤 拓央・下川憲（岩手県沿岸広域振興局土木部）

研究協力者 岩手県建設業協会釜石支部

#### <要旨>

建設人材の全国的な高齢化が進む中で、岩手県沿岸地域においても建設若年労働力の確保が重要な課題であり、本研究では、建設若年労働力の確保のためのアクションメニューを明らかにすることを目的に取り組んだ。結果、沿岸地域の高校生は、建設産業に良いイメージを持っているが、知る・体験する機会が少ないので入職に結びついておらず、知る機会の提供を継続的に行うことが重要であることが明らかになった。

#### 1 研究の概要（背景・目的等）

建設産業の就業者数は、ピークであった685万人（1997年）から482万人（2021年）と四半世紀で200万人近く減少している。その結果、建設若年就業者の割合も減少しており、東北地方は特に顕著な地域のひとつである（図1）。建設業は、住民の衣食住の「住」を担い、また災害・津波対策など住民の安全を守るインフラを担うなど、社会的役割は大きく、就業者の減少は、日本にとって死活的な問題である。建設産業の人材不足の現状は国や業界団体、労働組合によっても共有されており、様々な施策や取り組みが進められているところである（柴田、2020）。

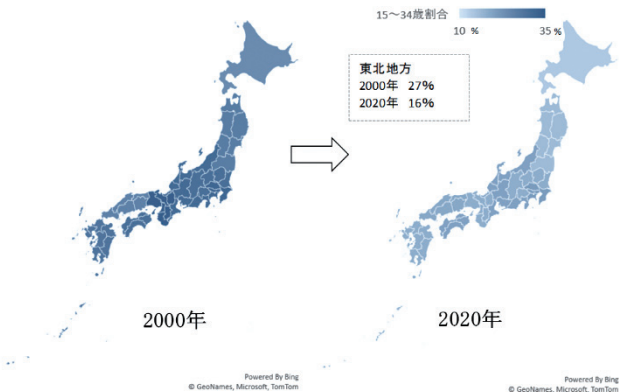


図1 地域別にみた建設若年就業者（15～34歳）の割合

一方で県内の沿岸部の状況を見ると、沿岸部の建設労働者は県内建設業労働者の3割を占め、震災後は、沿岸地域以外の建設労働者が減少している中で、震災復興の関係で河川、海岸、港湾、漁港、道路などの大規模な復旧・復興の工事が行われ、継続的な受注機会と建設労働者の増加がみられたが、これらが終盤を迎え、今後は受注機会が大幅に減少して行く見込みである。また沿岸部は、内陸部に比べ土木系の高校がなく、建設産業に興味を持つ若い人材が少ないなど、新規入職者の確保が難しい状況にある。

以上の事を踏まえて、本研究では、岩手県沿岸地域の建設産業における若年労働力確保のための施策を明らかにすることを目的に取り組んできた。

#### 2 研究の内容（方法・経過等）

研究の方法は、将来の労働力である高校生への進路・産業イメージ調査と受け入れ企業への経営実態調査を行い、労働力の需要と供給でのマッチングポイントを探り、政策につなげていくという手法を取った（図2）。なおこれらのアンケート調査実施に当たっての予備調査として、先進事例調査（秋田県）と沿岸地域の建設企業（3社）及び沿岸地域の高校の進路指導教員（3校）へのヒヤリング調査を実施した。アンケート調査の実施概要は表1のとおりである。

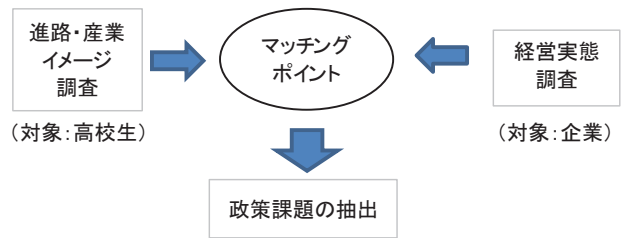


図2 研究方法の枠組み

	高校生調査	企業調査
調査対象	釜石高校、釜石商工高校、大槌高校の2、3年生。対象は540人。	建設業協会釜石支部会員企業。対象は42社。
調査実施方法	高校教員が配布・回収を行った。	郵送による配布・回収を建設業協会釜石支部が実施。
調査実施時期	2021年9月～10月	2021年10月
有効回答数	540件 (100.0%)	15件 (35.7%)

表1 アンケート調査の実施概要

#### 3 これまで得られた研究の成果

##### (1) イメージ良いが入職対象産業になっていない

高校生調査から建設産業のイメージについて、「良い」と「どちらかと言えば良い」の合計が85%で、高校生にとって建設産業のイメージは良いことがわかる（図3）。一方で、建設業入職希望の高校生は、3.4%であった。この背景には、今回の調査対象の釜石では、釜石製鉄所などの製造業が人

就職先となっていることなどが考えられるが、それでもイメージと入職希望には大きなGAPがあることがわかる。

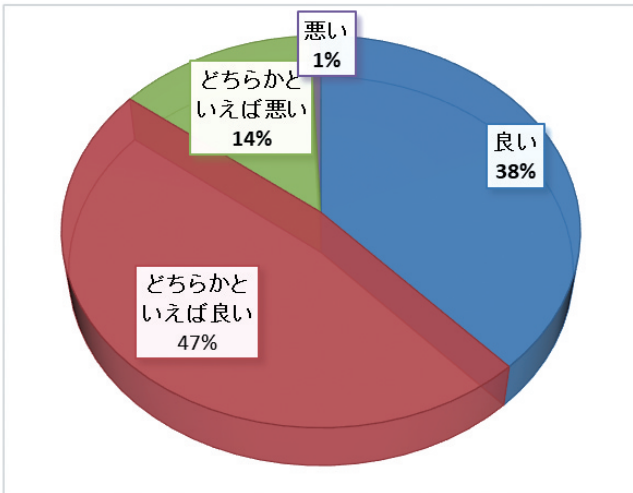


図3 建設産業のイメージ

### (2) 人材育成に積極的だが経営に余力がない

企業調査より人材育成を行っていると回答した企業は80%に上っており、人材育成に力を入れていることが見て取れる。また実際の人材育成の取り組みとしては、「資格取得支援」34%、「業界団体が行う講習会等」27%などで回答が多かった。一方で、1年前と比較した際の売上高と経常利益を減少と見込んでいる企業が多く、経営状況に課題がある事が見て取れる(図4)。

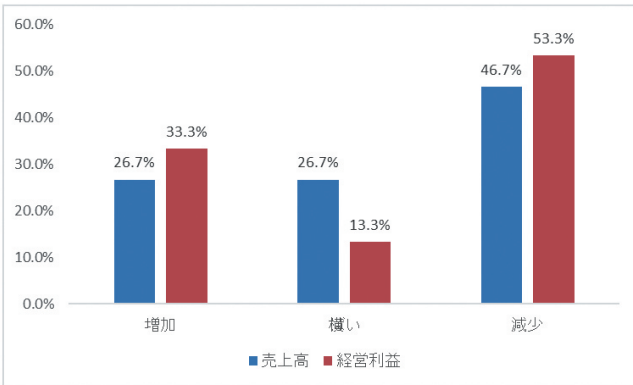


図4 対前年比の売上高および経常利益の状況

この点は、この調査結果をもとに建設業協会釜石支部と意見交換をした際にも「そもそも仕事が取れない中で、人を育てないといけない(中略)将来の事を考えて頑張っているけど、それだけじゃ厳しい。結局工事がないと未来がない」との声が企業側から出されたことから課題の一つといえる。

### (3) 人材の定着支援と知る・体験する機会の提供

高校生調査からは、イメージの良さが入職に結びついていないことが明らかになったが、その理由が、知る・体験する機会の少なさである。つまり高校生調査では、高校入学時の建設業への関心の有無とその理由を聞いているが、「関心なし」と回答した321人(69%)のうち関心なしの理由が「知る機会がなかったから」と回答した高校生が116人(25%)

もおり、決して少なくないからである。

こうした層に対して知る・体験する機会を作っていく事は有効といえる。実際に建設業を知ってもらうために有効な取り組みとして、高校生は「(建設)現場見学会の開催」35.0%、「SNSによる魅力発信」18.7%、「重機や高所作業車を操作する体験イベント」16.1%と回答しており、こうした取り組みを進めていく事が今後求められる。

一方で、先にみたように経営状況にゆとりがない企業が多い状況のため、現在働いている建設人材の定着支援も行政として対応していく事が求められる。これは企業調査から回答企業が国や県に実施してほしい制度で「資格取得補助」の回答が最も多かったことから伺える。

## 4 今後の具体的な展開

沿岸地域の課題は、第一に、土木系の高校がないので、建設業を知る・体験する機会の提供をいかに継続的にいき、入職に繋げていけるのかが重要と言える。知る・体験する機会の提供の全体像は図5の通りである。また将来的には土木系の高校をつくる事も検討する必要があるといえる。第二に、受入企業の経営安定化のための工事量確保や資格取得補助などの人材育成支援を進めていく事が求められる。なお2022年6月29日に調査研究報告会を実施し、地域に還元した。今後は、地域の建設業者と行政が意見交換を継続的に行うことで、人材確保に向けた具体的な取り組みを実施していく事が求められる。

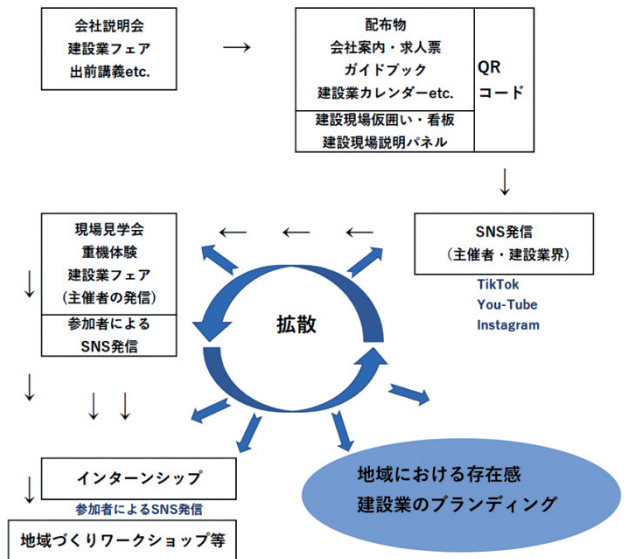


図5 「知る機会」を契機に「体験」へ誘うフローチャート